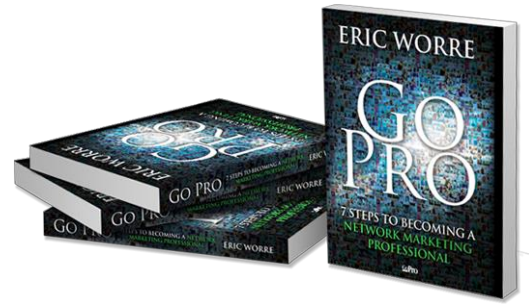


GO PRO – Eric Worre

7 Schritte zum Networkmarketing Experten



Network Marketing ist nicht perfekt ... nur BESSER

- Etwas Positives
- Großartiges Produkt oder Service
- Unbegrenzttes Einkommen
- Bleibendes einkommen
- Freude an und mit den Kollegen
- Zeitliche Unabhängigkeit
- Etwas von Bedeutung
- Persönliche Weiterentwicklung
- Viele Sonderzahlungen
- International
- Gefühl, etwas wichtiges zu tun
- Geringes Risiko
- Geringe startkosten
- Konjunkturreäsentent
- Steuervorteile
- Spaß



Wenn du ins Network Marketing einsteigen willst, entscheide dich für Professionalität – GO PRO

Es gibt drei Kategorien von Leuten im Network Marketing:

- **Angeber** (... mit so wenig Anstrengung wie möglich groß heraus zu kommen)
- **Amateure** (... konzentrieren sich auf mehrere Dinge:
Auf Glück, Schnelligkeit, meine eigene Position und auf Schnellschüsse)
- **Profis** (... konzentrieren sich auf Können und verpflichten sich zu üben und üben, bis man es kann)

Fazit: wenn du vorhast, in diesem großartigen Beruf zu arbeiten, dann mach es richtig und behandle ihn wie einen Beruf. Als Pro ist das Geschäft super. Wenn du Angeber oder Amateur bleibst, wird es schlecht ausgehen.

Wie bei jedem Beruf wirst du ein paar Fertigkeiten lernen müssen

Noch kurz ein paar gute Nachrichten ...

- Du brauchst nicht eine Menge Geld für deine Ausbildung.
- Du kannst bereits verdienen.
- Es gibt keine persönlichen Vorbehalte.
- Es herrscht hier die größte Chancengleichheit auf Erden.
- Der Hintergrund, deine Erfahrungen, Kontakte, Alter, Rasse oder Geschlecht spielen keine Rolle.
- Die notwendigen Fähigkeiten zum Aufbau eines großen und erfolgreichen Geschäfts sind problemlos erlernbar.

Es gibt drei Grundelemente für dein Network Marketing Geschäft

1. Erstens hast du die Produkte des Unternehmens. Wenn eine Reihe Leute erfolgreich im Vermarkten sind und du nicht, dann liegt es nicht an den Produkten. Mit anderen Worten, jeder in deinem Unternehmen hat die gleichen Produkte, die er der Öffentlichkeit anbieten kann.
2. Zweitens gibt es den Provisionsplan des Unternehmens. Wenn einige Leute eine Menge Geld verdienen und du nicht, dann liegt das nicht am Provisionsplan. Es gibt keinen Plan nur für Männer und einen für Frauen. Es gibt keinen Für verschiedene Altersgruppen, Bildungsstufen oder Hautfarbe. Der Provisionsplan ist für alle gleich.
3. Das dritte Element ist das wichtigste, und dieses Element bist DU. Du bist in der Tat die einzige Variable. Jeder hat das gleiche Produkt und den gleichen Provisionsplan, und **du bist der Unterschied zwischen Erfolg und Misserfolg.**

It's Up To You!

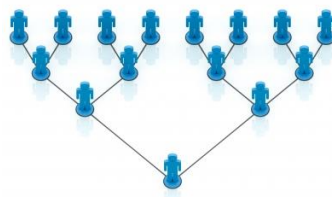
Fertigkeit #1

Mögliche Kandidaten finden



Wenn du diese Fertigkeit beherrschen möchtest, folge diesen vier einfachen Schritten:

1. **Schritt 1:** Mach deine Liste so umfassend wie möglich. Nimm jede Person hinein, die dir einfällt. Es ist egal, ob du meinst, sie sei ein möglicher Kandidat oder nicht. Deine Datenbank ist einer deiner wichtigsten Aktivposten. Egal ob jung oder alt, ob du die Person magst oder nicht, setze sie auf deine Liste. Es ist wichtig, das zu tun, denn während du deine Gedanken zu Papier bringst, schafft das Raum in deinen Kopf für neue Kontakte, die dort Platz finden. Denk an alles und jeden und wenn du das richtig machst, hast du schließlich Hunderte oder sogar Tausende von Kontakten.
2. **Schritt zwei** ist, auf deine Liste blicken und überlegen, wen diese Leute kennen. Denk an deine Angehörigen. Wen kennen die? Schreib sie auch auf deine Liste. Denk an deine Freunde. Wen kennen die? Schreib sie auf deine Liste. Denk an alle Beziehungen in deinem Leben. Wen kennen die? Aufschreiben! Mach dir noch keine Gedanken darüber, was du mir dieser Liste machen sollst. Das kommt dann mit der Zeit. 😊
3. **Schritt drei:** Erweitere deine Liste ständig. Darum nennen die Profis das eine „aktive Kandidatenliste“. Sie hört nie auf zu wachsen. Die Profis haben das Ziel, jeden Tag wenigstens zwei Personen zu ihrer Liste hinzuzufügen. Auch wenn sie sie nicht ansprechen, aber sie kommen auf die Liste und du solltest eine kreative Art und Weise finden, in Kontakt zu bleiben. Du kommst jeden Tag mit Leuten in Kontakt. Setze sie auf deine Liste. Du triffst Leute aus Social Media. Setz sie auf deine Liste. Wie schwer wäre es, deine Aufmerksamkeit zu steigern und jeden Tag zwei Leute zu deiner Liste hinzuzufügen? Denk darüber nach. Wenn du das an sechs Tagen der Woche machst, sind das über 600 neue Leute pro Jahr. Mach das fünf Jahre lang und du hast über 3000 Leute.
4. **Schritt vier:** Vernetze dich absichtlich. Profis vernetzen sich absichtlich. Es ist schwer, neue Leute zu treffen, wenn du dich vor der Welt versteckst. Geh aus. Hab Spaß. Geh in einen Fitnessclub. Hab Spaß an einem neuen Hobby. Werde ehrenamtlich bei einer Sache tätig, die dir wichtig ist. Finde Orte und Organisationen, wo du neue Leute treffen kannst. Das ist nicht nur gut für dein Geschäft, sondern bringt die auch einige großartige Freunde.



Fertigkeit #2

Mögliche Kandidaten einladen dein Produkt oder Angebot zu verstehen



Als Profi lädst du deine Kandidaten ein, ein Hilfsmittel zu begutachten oder an einer Veranstaltung teilzunehmen. Und hier ist, was du NICHT tun sollst: du gehst NICHT hin, um Leuten etwas anzubieten oder die Welt mit deiner Weisheit zu beeindrucken. Dieser Ansatz nährt dein Ego, plündert aber dein Konto

Regel Nummer eins:

Du musst dich emotional vom Ergebnis lösen. Das ist extrem wichtig.

Denk daran, dein erstes Ziel ist Schulung und Verstehen. Es geht nicht darum, einen neuen Kunden oder selbständigen Vertriebspartner zu gewinnen. Mit anderen Worten, wenn du deine Emotion vom Ergebnis löst und dich einfach auf Schulung und Verstehen konzentrierst, wird alles sehr einfach.

Wenn du dich darauf konzentrierst, einen neuen Kunden oder Vertriebspartner zu bekommen, wirst du ständig neu enttäuscht sein und merken, wie deine Kandidaten dir davon laufen.

Wenn du dich auf Schulung konzentrierst, hast du Spaß, und deine Kandidaten genießen diese Erfahrung.

Regel Nummer zwei:

Sei du selbst. Viele Leute werden ein ganz anderer Mensch, wenn sie anfangen einzuladen. Das ist unbehaglich. Sei du selbst. Konzentriere dich einfach darauf, dein bestes Selbst zu sein.

Regel Nummer drei:

Bring etwas Leidenschaft hinein. Begeisterung ist ansteckend. Es ist in Ordnung, etwas aufgeheizt zu werden. Konzentriere dich. Höre Musik, die dich inspiriert. Lächle, wenn du ans Telefon gehst. Ich versichere dir, deine positiven Gefühle setzen sich in bessere Ergebnisse um.

Regel Nummer vier:

Hab eine starke Körperhaltung. Sei du selbst, aber sei ein kühnes Selbst. Sei du selbst, aber sei ein stärkeres Selbst. Sei du selbst, aber ein sichereres Selbst – wenigstens, wenn du einlädst. Es wird dann immer mehr ein Teil von dir.

JUST
BE YOURSELF

Acht Schritte für eine professionelle Einladung(telefonisch, persönlich):

Schritt eins: Hab es eilig

Das ist ein psychologisches Thema. Leute fühlen sich immer stärker von jemandem angesprochen, der etwas zu tun hat. Wenn du jede persönliche Unterhaltung mit dem Eindruck beginnst, dass du es eilig hast, dann sind deine Einladungen kürzer, es gibt weniger Fragen, weniger Widerstand, und die Leute gehen respektvoller mit dir und deiner Zeit um.

Beispiele für Warm-Akquise-Kandidaten:

„Ich habe nicht viel Zeit zum Reden, aber es war wirklich wichtig, dich zu erreichen.“

„Ich habe Millionen Sachen am Laufen, aber ich bin froh, dass ich dich erreicht habe.“

„Ich bin auf dem Sprung, aber ich musste noch schnell mit dir reden.“

Beispiele für Kalt-Akquise-Kandidaten:

„Jetzt ist nicht die Zeit dazu und ich muss gehen, aber ...“

„Ich muss wirklich los, aber ...“

Ist die Botschaft angekommen? Lege einen gewissen Ton der Dringlichkeit an den Tag.

Schritt zwei: Schmeichle dem Kandidaten

Das ist entscheidend. Das ehrliche Kompliment (und es muss ehrlich sein) öffnet Tür zu wahrer Kommunikation und macht den Kandidaten viel aufgeschlossener zu hören, was du zu sagen hast.

Beispiele für Warm-Akquise-Kandidaten:

„Du bist sehr erfolgreich und ich habe immer gestaunt, wie du deinen Job gemacht hast.“

„Du hast mich immer so gut unterstützt und ich schätze das sehr.“ (Familie, enge Freunde)

„Du hast einen erstaunlichen Geschäftssinn und siehst Dinge, die andere nicht sehen.“

„Seit ich dich kenne bin ich überzeugt, dass du auf deinem Gebiet der Beste bist.“

Beispiele für Kalt-Akquise-Kandidaten:

„Sie sind sehr gewieft. Darf ich Sie fragen, was Sie beruflich machen?“

„ Sie haben mir den besten Service gegeben, den ich je bekommen habe.“

Schritt drei: Einladen

Das ist eine Situation, in der eine Vorgehensweise allein NICHT Passt. Es gibt drei Arten von Einladungen für einen Network-Marketing-Profi.

- Der direkte Ansatz:

Dieser wird benutzt, wenn du Leute einlädst, mehr über eine Chance für SIE zu erfahren.

Beispiele für Warm-Akquise-Kandidaten:

„Als du mir erzählt hast, dass du (deinen Job hasst, mehr Geld verdienen brauchst, ein neues Haus suchst usw.), war dir das ernst oder hast du das nur so erzählt? Großartig! Ich glaube ich habe etwas für dich gefunden, um (das hinzukriegen, das Problem zu lösen, das geschehen zu lassen).“ Das ist für Situationen, in denen du einen Bereich ihrer Unzufriedenheit, ihres Bedarfs oder ihrer Wünsche kennst.

„Ich glaube, ich habe etwas gefunden, womit wir unsere Liquidität wirklich steigern können.“

„Als ich überlegt habe, wer echt ein Vermögen machen könnte mit dem Geschäft, das ich gefunden habe, habe ich an dich gedacht.“

„Suchst du immer noch nach einem Job (einem anderen Job)? Ich habe etwas gefunden, wo wir beide ein großartiges Geschäft machen können, ganz ohne all die Risiken.“

„Darf ich dich mal etwas fragen, inoffiziell? Wenn es ein Geschäft gäbe, das du halbtags von zu Hause aus machen könntest und das dir ein volles Einkommen bringen würde, wäre das interessant für dich?“

Beispiele für Kalt-Akquise-Kandidaten:

„Haben Sie daran gedacht, Ihr Einkommen breiter zu fächern?“

„Halten Sie sich Karriereoptionen offen?“

„Planen Sie schon, was Sie jetzt für den Rest Ihrer beruflichen Laufbahn tun wollen?“

„Ich habe da etwas, das Sie interessieren könnte. Jetzt ist nicht die Zeit dafür, aber ...“



- Der indirekte Ansatz:

Das ist ein weiteres mächtiges Hilfsmittel, um Leute über ihren anfänglichen Widerstand hinwegzubringen und sie über das zu informieren, was du anzubieten hast. Beim indirekten Ansatz geht es darum, wie Kandidaten um Hilfe, Anregung oder Beratung zu bieten.

Beispiele für Warm-Akquise-Kandidaten:

„Ich habe gerade ein neues Geschäft angefangen und bin wirklich nervös. Bevor ich anfangen, bräuchte ich etwas Übung bei einem, der mir wohlgesonnen ist. Hättest du etwas dagegen, wenn ich es mal mit dir üben würde?“ (Das ist ein GROßARTIGER Ansatz für Angehörige und enge Freunde.)

„Ich habe da ein Geschäft entdeckt, von dem ich wirklich begeistert bin, aber was weiß ich schon? Du hast so viel Erfahrung. Würdest du das mal für mich anschauen, wenn ich kurz mache und du mir dann sagst, ob du meinst, ich mache den richtigen Schritt?“

„Ein Freund hat mir gesagt, dass Beste, was ich tun könnte, wenn ich ein Geschäft anfangen, wäre, Leute die ich schätze, einen Blick darauf werfen zu lassen und mir einen Rat zu geben. Wärest du bereit, das für mich zu tun, wenn ich es kurz mache?“

Beispiele für Kalt-Akquise-Kandidaten:

Wenn du jemanden aus einer anderen Stadt, einem anderen Bundesland oder Staat triffst und dein Unternehmen dort Geschäfte macht, kannst du sagen:

„Mein Unternehmen expandiert in Ihrer Gegend. Würden Sie mir den Gefallen tun und einmal darauf schauen und mir sagen, ob das dort, wo Sie wohnen, funktionieren würde?“

Wenn du jemanden triffst, der eine gute Anregung zu deinem Produkt geben könnte, kannst du sagen:

„Ich habe ein Geschäft begonnen mit einem Produkt, das wirklich Sinn macht, aber ich hätte gerne Ihre Meinung. Wären Sie bereit, es einmal zu testen und mir Ihre Meinung zu sagen?“



- Der super-indirekte Ansatz:

Der dritte Ansatz ist der super-indirekte Ansatz. Dieser Ansatz ist unglaublich mächtig, weil er auf einer Reihe psychologischer Ebenen arbeitet. Bei diesem Ansatz sagst du deinen Kandidaten, dass sie keine Kandidaten sind und du nur daran interessiert bist herauszufinden, ob sie jemanden kennen, der Nutzen aus deinem Geschäft ziehen könnte. Er ist äußerst effizient.

Beispiele für Warm-Akquise-Kandidaten:

„Das Geschäft, das ich habe, ist natürlich nichts für dich, aber ich wollte dich fragen, ob du jemanden kennst, der ehrgeizig, geldorientiert und von der Idee angetan sein könnte, sein Geld beträchtlich zu mehren?“

„Wen kennst du, der sich für ein starkes Geschäft interessiert, das er von zu Hause aus machen könnte?“

„Wen kennst du, der mit seinem Geschäft in eine Sackgasse geraten ist und vielleicht hat, sein Einkommen breiter zu fächern?“

„Ich bin bei einer Firma, die in dieser Gegend expandiert und suche ein paar gewiefte Leute, die Interesse an zusätzlichem Verdienst hätten. Kennst du jemanden, auf den diese Beschreibung passt?“

In den meisten Fällen werden sie um weitere Informationen bitten, bevor sie Namen herausrücken (hinter der Frage stehen Neugierde und Interesse, die Überlegung, dass das doch etwas für sie sein könnte, was sie aber noch nicht zugeben würden).

Wenn sie nach weiteren Informationen fragen, kannst du antworten:

„Das macht Sinn. Du willst mehr darüber wissen, bevor du einige deiner Kontakte angibst.“
Und dann kannst du direkt zu Schritt vier übergehen.

Beispiele für Kalt-Akquise-Kandidaten:

Kalt-Akquise ist für den super-indirekten Ansatz genauso wie Warm-Akquise. Benutze einfach die Warm-Akquise-Skripten oder irgendeine Variante, die dir passt.



Schritt vier: Wenn ich, würdest DU?

„**Wenn ich** dir eine DVD gäbe, **würdest du** sie anschauen?“

„**Wenn ich** dir eine CD gäbe, **würdest du** sie anhören?“

„**Wenn ich** dir eine Zeitschrift gäbe (od. irgendein anderes gedrucktes Material) **würdest du** sie lesen?“

„**Wenn ich** dir einen Link zu einer Webseite mit einer vollständigen Präsentation gäbe, **würdest du** sie anklicken?“

„**Wenn ich** dich zu einer exklusiven Web-Diskussion nur für geladene Teilnehmer einladen würde, **würdest du** mithören?“

Die Frage ist unglaublich stark und zwar aus mehreren Gründen.

Erstens ist sie reziprok. Du sagst, dass du etwas tun wirst, wenn sie etwas tun werden. Als menschliche Wesen sind wir darauf gepolt, positiv auf solche Arten von Situationen zu reagieren.

Zweitens stellt sie dich in eine Machtposition. Du hast die Situation im Griff. Du bettelst nicht um Gefallen. Du bietest schlicht einen Wertaustausch an.

Und drittens schließt es ein, dass du etwas von Wert anzubieten hast. Du sagst, dass du etwas tun wirst, nicht, bevor die andere Person im Gegenzug etwas tut. Wenn du bewertest, was du hast, werden andere dich respektieren.

„**Wenn ich, würdest du**“ bringt Ergebnisse. Es bringt Leute dazu, „ja“ zu sagen. Es hilft Kandidaten, das, was du hast, in einem anderen Licht zu sehen. Denk daran, unser Ziel ist Schulung und Verstehen. „Wenn ich, würdest du“ hilft uns, dieses Ziel zu erreichen.

Wenn du den Ansatz mit Dringlichkeit begonnen, dem Kandidaten geschmeichelt, die Einladung gemacht und „**Wenn ich, würdest du**“ gefragt hast, ist die Antwort fast 100% „ja“, und du kannst weitergehen zu Schritt fünf.



Schritt fünf: Bestätigung Nr. 1 – Bekomme den Termin

Du hast gesagt: „Wenn ich, würdest du“ und sie haben Ja gesagt. Der nächste Schritt ist eine Terminvereinbarung.

„Wann denkst du kannst du die DVD ganz bestimmt anschauen?“

„Wann denkst du kannst du die CD ganz bestimmt hören?“

„Wann denkst du kannst du den Link ganz bestimmt anschauen?“

Schlag ihnen keine Zeit vor. Frag sie einfach und warte auf ihre Antwort. Diese Frage bringt sie dazu, über ihren Terminkalender nachzudenken, über ihre Verpflichtungen, einen Moment zu finden, dein Hilfsmittel zu nutzen und dir das zurückmelden. Mit anderen Worten, sie macht es real.

Der Schlüssel zu all dem ist, dass sie jetzt zweimal Ja gesagt haben – das erste Mal, als sie auf „Wenn ich, würdest du“ geantwortet haben und das zweite Mal, als du eine Terminvereinbarung von ihnen bekommen hast.



Schritt sechs: Bestätigung Nr. 2 – Bestätige den Termin

Der Schlüssel ist: Das ist nicht eine Vereinbarung, die du getroffen hast. Es ist eine Verabredung, die sie gemacht haben.

Die Bedeutung von Schritt sechs ist, dass sie jetzt dreimal bestätigt haben und es nun eher wahrscheinlich ist, dass sie es zu Ende bringen – und sie haben gesagt, sie würden das Material durchschauen, sie würden es bis zu einem bestimmten Zeitpunkt tun und wenn du sie danach anrufen würdest, hätten sie das Material durchgeschaut.

Du hast die Fragen gestellt. Ihre antworten haben den Termin ausgemacht. 😊

Schritt sieben: Bestätigung Nr. 3 – Leg den nächsten Anruf fest

Dieser Schritt ist einfach. Frage nur: „was ist die beste Nummer und Zeit für meinen Rückruf?“ Sie geben dir an, wie es ihnen am besten passt, und jetzt hast du eine reale Vereinbarung. Alles, was du tun musst, ist daran zu denken, sie zu dem Zeitpunkt anzurufen, den du vereinbart hast.

Sie haben viermal Ja gesagt. Die ganze Einladung hat ein paar Minuten gedauert, und deine Chance, dein Ziel von Schulung und Verstehen zu erreichen, sind von etwa 5% auf etwa 80% gestiegen.



Schritt acht: Auflegen

Denk daran, du hast es eilig, richtig? Sobald die Verabredung bestätigt ist, ist das Beste, etwas zu sagen wie:

„Großartig, dann sprechen wir weiter. Ich, muss los.“

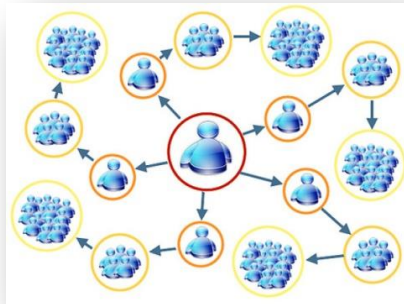
Zu viele Leute machen die Verabredung und machen sie dann wieder kaputt, indem sie reden und reden und reden. Denk daran, unser Ziel ist Schulung und Verstehen, und wir lassen das von Dritten erstellte Hilfsmittel die meiste Arbeit machen.



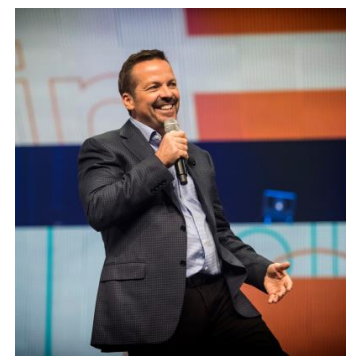
Fertigkeit #3

Dein Produkt oder dein Angebot

- Im Network Marketing kommt es nicht auf das an, was funktioniert. Es kommt nur auf das an, was sich dupliziert.
(> Es sollte ein Leitprinzip sein für jeden Network-Marketing-Profi)



1. Wenn du Kandidaten ansprichst, bist du der Botschafter – nicht die Botschaft. Nimm dich selbst aus dem Weg und nutze Hilfsmittel.
 - Die Profis machen nie sich selbst zum Thema. Darüber hinaus präsentieren sie sich selbst nie als Experten. Sie handelten als Berater, der den Kandidaten mit Hilfsmitteln, Veranstaltungen oder anderen Vertriebspartnern in Verbindung brachte, um sie zu Schulen.
2. Lerne deine Geschichte so zu erzählen, dass sie deine Kandidaten neugierig macht auf mehr.
 - Jede gute Geschichte hat vier Elemente:
 - *Deine Vergangenheit*
 - *Die Dinge, die dir an deiner Vergangenheit nicht gefallen*
 - *Wie Network Marketing oder dein Unternehmen dir zu Hilfe kamen*
 - *Deine Ergebnisse, oder wie du dich bezüglich deiner Zukunft fühlst*
3. Wenn es darum geht, vor einer Gruppe von Leuten eine Präsentation zu halten, ist Vorbereitung der Schlüssel. Wenn du vorbereitet bist, macht es Spaß
(z.B.: deine Rede aufschreiben, dich selbst aufnehmen und immer mehr daran feilen bis es perfekt ist).



Fertigkeit #4

Nachfassen bei deinen Kandidaten



Konzept Nr. 1 – Nachfassen heißt, das zu tun, was du zu tun versprochen hast

Wenn du gesagt hast, du würdest zu einer bestimmten Zeit anrufen, dann tu es. Die Network-Marketing-Branche ist voll von Leuten, die eine Minute lang alle begeistern und dann folgt nichts weiter. Führe dein Geschäft mit einem physischen oder elektronischen Kalender. Sei die Person, die das, was sie zu tun zugesagt hat, auch tut. Das werden die Leute honorieren.

Konzept Nr. 2 – der einzige Grund für ein nächstes Gespräch ist die Vereinbarung des nächsten Gesprächs

Wenn du diesen Anruf machst, fragst du sie, ob sie das Material durchgeschaut haben. Sie sagen „Nein, habe ich nicht“ oder „Ja, habe ich“. Reden wir davon, wie du in beiden Fällen den nächsten Schritt machst.

Wenn sie Nein sagen, dann hatten sie keine Gelegenheit, das Material anzuschauen, und es ist wichtig, dass du jetzt nicht Missfallen an ihrer mangelnden Beständigkeit zeigst.

Die beste Antwort ist: „Das ist in Ordnung. Ich weiß, manchmal kommt was dazwischen. Wann meinst du, könntest du es ganz bestimmt tun, ganz sicher?“ – mache es, weil es funktioniert.

Egal, benutze welche Formulierung auch immer, um den nächsten Zeitpunkt festzusetzen, und geh die gleichen Schritte durch, um zur nächsten Vereinbarung zu kommen.

Wenn du deine Kandidaten anrufst, und sie sagen ja, sie haben das Material durchgesehen, stellst du ihnen ein paar intelligente Fragen. Erstens fragst du NICHT: „Was meinst du?“ das lädt nur den kritischen Teil des Verstandes deines Kandidaten ein, Einwände zu bringen, um schlau zu klingen. Die beste Nachfass-Frage ist: „Was hat dir am besten gefallen?“ Diese Frage bringt dich in eine positive Richtung und gibt dir Aufschluss über den Grad ihres >Interesses<. Dann weißt du, worüber du beim nächsten Gespräch sprichst und näher eingehst.

Eine weitere großartige Frage ist: „Auf einer Skala von eins bis 10, wo eins ‚kein Interesse‘ bedeutet und 10 ‚bereit, jetzt gleich anzufangen‘, wo bist du jetzt gerade?“ Egal, welche Zahl sie dir sagen, alles, was du tust, ist sie zu fragen, wie du ihnen helfen kannst, eine höhere Zahl zu erreichen.

Konzept Nr. 3 – Es braucht durchschnittlich vier bis sechs Termine, bis der Durchschnittskandidat unterschreibt

Profis verstehen, dass es durchschnittlich vier bis sechs Termine braucht, bis ein Kandidat mitmacht. Ihr Ziel ist Schulung und Verstehen. Es ist schwer, jemanden bei einem einzigen Termin zu schulen. Also bringen sie ihn von Termin zu Termin, zu Termin in dem Wissen, dass es wahrscheinlich schon einsickern wird. Im Verlauf dieses Prozesses bauen sie eine stärkere Beziehung zu dem Kandidaten auf. Sie vertiefen ihre Freundschaft. Das hilft Vertrauen aufzubauen, und Menschen arbeiten einfach gern mit Menschen zusammen, die sie mögen.

>WICHTIG IST behalte deine Dringlichkeit – aber habe Geduld< !!!

Konzept Nr. 4 – Straffe die Treffen für bessere Ergebnisse

Leute sind beschäftigt. Sie werden unablässig durch das Leben ablenken.

Wenn du sie ansprichst, um einen Blick auf etwas neues zu werfen, ist es wichtig, ihr Interesse wach zu halten; am besten geht das, wenn ihre Termine möglichst dicht aufeinander folgen.

Wenn du sie ein Video anschauen lässt, sie eine Telefonkonferenz mitmachen, dann das Produkt testen, dann eine Internetdiskussion miterleben, dann zu einem Live-Meeting kommen lässt und alles in einer Woche, dann gibst du ihnen die Chance, wirklich darüber nachzudenken, wie das ihr Leben ändern könnte.

Fragen und Einwände

Denk daran, unser Ziel ist Schulung und Verstehen. Es geht nicht darum, einen Streit zu gewinnen. Unser Job ist es, Blinden zum Sehen zu verhelfen. Wenn jemand eine negative Frage stellt oder einen Einwand bringt, dann machen sie nichts anderes, als dir zu helfen, einen ihrer blinden Flecken zu identifizieren. Und es ist hilfreich, diese zu kennen, damit du einen Kandidaten helfen kannst, sie los zu werden.

Die beste Art und Weise mit Menschen in Beziehung zu kommen, ist sie wissen zu lassen, dass man so ist wie sie. Du hattest die gleichen Zweifel, die gleichen Fragen, die gleichen Ängste, und du hast sie überwunden. Ob du es glaubst oder nicht, deine Geschichte (und die Geschichten von anderen) tun mehr dazu, Einwände zu überwinden, als irgendetwas anderes.

Wenn Kandidaten beschränktes Vertrauen in ihre Fähigkeiten haben

Wenn jemand mir sagt: "Ich habe jetzt nicht das Geld dazu", antworte ich: "Ich hatte genau die gleiche Herausforderung. Ich hatte nicht genug, um meine Rechnungen zu bezahlen, viel weniger, um ein neues Geschäft anzufangen. Aber als ich darüber nachgedacht habe, ist mir klar geworden, wenn ich jetzt schon nicht genug Geld hatte, um meine Rechnungen zu bezahlen, wie sollte das in Zukunft anders werden? Ich hatte es leid, hinterherzulaufen. Ich wollte mehr vom Leben. Und weißt du, was ich gemacht habe? Ich habe einen Weg gefunden, und das war die beste Entscheidung, die ich je getroffen habe. Lass mich dich etwas fragen... wenn du wirklich spüren würdest, dass das eine Chance wäre, deine finanzielle Zukunft in die Hand zu nehmen, meinst du, du würdest einen Weg finden, dass es wirklich würde?"

Wenn du keine persönliche Geschichte hättest, die mit der ihren zu vergleichen wäre, erzähle die Geschichte von jemand anderem.

Es gibt viele Geschichten in deinem Unternehmen, die eigentlich zu jeder Situation passen.



Wenn Leute begrenztes Vertrauen in Network Marketing haben

Diese Kategorie umfasst:

„Ist das MLM? Ist das eines von diesen Dingen?“

„Ist das ein Pyramidensystem/spiel?“

„Ich habe kein Interesse an MLM.“

„Ich möchte meine Freunde nicht belästigen.“

„Wie viel verdienst du?“

Statt von deinen Kandidaten genervt zu sein, ist es wichtig zu verstehen, woher diese Frage kommt. 90% der Leute, stellen diese Art von Fragen. Der Rest hat von solchen Möglichkeiten gehört und ist recht skeptisch gegenüber dem Versprechen schnellen Reichtums.

Wenn sie diese Art Fragen irgendwie emotional stellen, dann weiß ich, dass sie irgendwann involviert waren, und so sage ich: „Warte einen Moment. Du hast eine Geschichte. Was ist passiert? Warst du irgendwann im Network Marketing involviert?“ Lass sie dann einfach ihre Geschichte erzählen. Das öffnet sie. Es verringert ihre Abwehr. Und es erlaubt dir, ein paar Fragen nach ihrer Erfahrung zu stellen.

Das alles braucht Übung, aber wenn du die Konzepte verinnerlicht hast, wird es einfach. Und was dich auch ermutigen sollte ist, dass du bis zum Ende deiner Karriere immer nur diese paar und immer gleichen Einwände bekommst. Da gibt es nichts Neues. Denk daran, unser Ziel ist Schulung und Verstehen. Das ist ein Teil des Prozesses, der dieses Ziel real werden lässt.



Fertigkeit #5

Deinen Kandidaten helfen, Kunde oder Vertriebspartner zu werden



Diese Fertigkeit ist ein natürliches Nebenprodukt des professionellen Nachfassens. Während du von Gespräch zu Gespräch gehst, wird unser Ziel von Schulung und Verstehen erreicht. Aber das heißt nicht, dass der Kandidat auf dich zukommt und um einen Bestellzettel oder eine Bewerbung bittet. Es ist dein Job, die Kandidaten zu dieser Entscheidung zu führen.

Der Schlüssel zum Erfolg in diesem Bereich ist eine Kombination von guter Haltung und guten Fragen. Gute Haltung bedeutet die Art, wie du dich gibst. Deine Worte und Taten helfen dem Kandidaten, vertrauensvoller auf das Ergreifen deines Angebotes zuzugehen – oder die Saat des Zweifels zu pflanzen.

Wenn du spürst, dass sie mehr Informationen brauchen, führe sie zum nächsten Treffen, das ihnen am besten helfen wird. Wenn du aber spürst, dass sie bereit sind anzufangen, stelle ihnen eine Reihe von vier Fragen. Dieser "Vier-Fragen-Abschluss" hat starke und beständige Ergebnisse gebracht. Wenn du sie lernst und anwendest, wirst du dich wundern, wie vielen Leuten du helfen kannst.

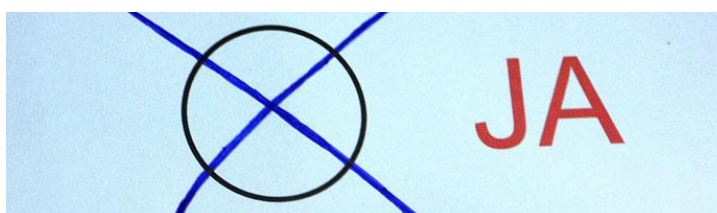
Frage Nr. 1: „Ausgehend von dem, was du gerade gesehen hast, wie viel müsstest du, wenn du auf Teilzeitbasis bei diesem Unternehmen anfangen würdest, im Monat ungefähr verdienen, damit sich dein Zeitaufwand rentiert?“ Statt diese Frage zu stellen, sagen die meisten Vertriebspartner etwas wie: „Wie wäre es mit einem Verdienst von 10.000 € im Monat?“ TU DAS NICHT. Statt vorzuschreiben, was du meinst, das sie haben möchten, frag sie einfach, wie viel es sein müsste, damit sich ihre Zeit lohnt, und warte auf ihre Antwort.

Frage Nr. 2: „Wie viele Stunden in der Woche könntest du einsetzen, um dieses Einkommen zu erzielen?“ Jetzt müssen sie nachdenken und ihren geistigen Kalender checken, um zu überlegen, wie viele Stunden sie investieren würden, um diese Summe Geld zu verdienen.

Frage Nr.3: „Wie viele Monate lang würdest du diese Anzahl Stunden arbeiten, um dieses Einkommen zu erzielen?“ Diese Frage lässt sie über den Grad ihres Engagements nachdenken, wenn sie das Einkommen aus Frage Nr. 1 haben möchten.

Frage Nr. 4: „Wenn ich dir zeigen könnte, wie du ein Einkommen von (Antwort auf Frage Nr. 1) im Monat erzielen kannst, indem du (Antwort auf Frage Nr. 2) Stunden in der Woche während (Antwort auf Frage Nr. 3) Monaten dafür investierst, würdest du anfangen wollen?“

Meistens bekommst du eine positive Antwort auf diese Fragen. Wenn du keine positive Antwort auf die vier Fragen erhältst, ist es auch okay. Es heißt nur, dass der Kandidat mehr Termine braucht, bis es soweit ist.





Fertigkeit #6

Deinen neuen Vertriebspartner helfen, richtig anzufangen

Im Network Marketing investieren Leute enorme Anstrengung, viel Zeit und Geld, damit Leute mitmachen und vergeuden diese Investition dann, indem sie ihre neuen Vertriebspartner alles allein herausfinden lassen. PROFIS TUN DAS NICHT. Sie setzen angemessene Ziele, helfen, einige schnelle Ergebnisse zu erzielen und führen den neuen Vertriebspartner weiter durch die vielen Phasen unseres Berufs.

Strategiegespräch – Teil eins

Bestätige ihre Entscheidung, Vertriebspartner zu werden. Zum Beispiel: „Herzlichen Glückwunsch zu deiner Entscheidung. Ich bin stolz darauf, dass du dein Leben in die Hand nimmst. Von jetzt an wird alles anders für dich und deine Familie.“ Das dauert weniger als fünf Minuten, doch am Ende der Unterhaltung wird der Zweifel über ihre Entscheidung, Vertriebspartner zu werden verfliegen sein. Sie fühlen sich großartig.

Strategiegespräch – Teil zwei

Lege ihre Ziele fest. Einige Leute kommen mit unrealistischen Erwartungen in unser Geschäft, deswegen, sage immer die gleiche drei Dinge:

„Wenn du in diesem Geschäft Erfolg hast, dann bist du es, der diesen Erfolg schafft, nicht ich. Und wenn du Misserfolg hast in diesem Geschäft, dann bist du es, der den Misserfolg hat, nicht ich. Du bist der Unterschied zwischen Erfolg und Misserfolg. Ich bin hier, um dich jeden Schritt auf den Weg zu führen, aber ich kann die Schritte nicht für dich gehen, um mit dir zu arbeiten, aber nicht für dich.“ (Radikal, aber sinnvoll, da sie dich so nicht für ihren Misserfolg verantwortlich machen können und so lernen sie eigenständig zu arbeiten und lassen nicht dich allein für sie die Arbeit erledigen)

Strategiegespräch – Teil drei

Hier ein paar Beispiele, was du in deine Starter-Checkliste einschließen könntest:

- 1.) Stelle sicher, dass dein neuer Vertriebspartner mit angemessenen Produkten ausgestattet ist. So gut wie jedes Unternehmen hat Produkte, die vom Vertriebspartner persönlich genutzt werden können; stelle also sicher, dass dein „Neuer“ dies macht. Es ist wichtig, dass die Leute eine emotionale Bindung an die Produkte entwickeln, und das kann nur geschehen, wenn sie sie nutzen und ihren Nutzen genießen.
- 2.) Stelle sicher, dass dein neuer Vertriebspartner mit passenden Hilfsmitteln ausgestattet ist. Dein neuer Vertriebspartner muss vorbereitet sein, seinen Kandidaten die Mittel an die Hand zu geben, die sie professionell durch den Kennenlernprozess führen.
- 3.) Stelle sicher, dass dein neuer Vertriebspartner Verbindung hält. Zeig ihnen, wo sie was auf der Webseite des Unternehmens finden, wo die Terminhinweise stehen, wann Führungsanrufen anstehen und Internetdiskussionen durchgeführt werden usw. denke

daran, unser Ziel ist, ihn so schnell wie möglich unabhängig zu machen. Dies ist ein wichtiger Schritt, damit dies Wirklichkeit wird.

- 4.) Stelle sicher, dass dein neuer Vertriebspartner ein Grundverständnis des Provisionsplanes hat. Er muss ihn am Anfang nicht bis ins Detail kennen, aber er sollte wenigstens die Schlüsselpunkte verstehen und was finanziell geschieht, wenn er die ersten Ebenen hinter sich gelassen hat.
- 5.) Stelle sicher, dass deine neuen Vertriebspartner ein Grundverständnis vom richtigen Einladen ihrer Kandidaten haben, damit sie besser verstehen, was genau sie anzubieten haben. Du kannst sie davor bewahren, blind hinauszugehen und sich ohne oder mit wenig Erfolg den Mund fusselig zu reden, indem du ihnen einen kurzen Überblick darüber gibst, wie ein professioneller Einladungsprozess abläuft und warum.

Strategie – Teil vier

Überlege einfach die simplen Unternehmungen, zu denen du die Leute in ihrer ersten Woche anregen kannst, um die bestmöglichen Ergebnisse zu erzielen.

Wie können sie ihren ersten Kunden bekommen?

Wie können sie ihren ersten Vertriebspartner bekommen?

Kannst du sie ermutigen, ihre erste Unternehmens-Veranstaltung abzuhalten?

Welche Schritte kannst du unternehmen, damit sie ihren ersten Provisions-Scheck erhalten?

Strategiegespräch – Teil fünf

Zweck ist, den neuen Vertriebspartner „über die Linie“ zu bringen. Wenn jemand anfängt, gibt es immer eine Linie zwischen Erfolg und Misserfolg. Auf der einen Seite der Linie ist es leichter auszusteigen, als weiterzumachen. Auf der anderen Seite der Linie ist es leichter weiterzumachen, als auszusteigen.

Was kann jemanden helfen, über diese Linie zu kommen?

- Den ersten Kunden gewinnen
- Den ersten Vertriebspartner gewinnen
- Den ersten Provisions-Scheck erhalten
- An einer großen Unternehmens-Veranstaltung teilnehmen
- Freundschaften innerhalb der Organisation schließen
- Ihre Absichten der Welt verkünden
- Auf eine neue Ebene befördert werden
- Anerkennung für einen Erfolg erhalten



Fertigkeit #7

Veranstaltungen fördern



Im Network Marketing bringen Veranstaltungen das Geld. So einfach ist es. Natürlich hilft uns die Technologie auf immer effektivere Weise, mit Menschen in Kontakt zu kommen, doch nichts ersetzt das persönliche Miteinander.

Menschen einzeln, in kleinen Gruppen zu treffen oder bei lokalen oder größeren Veranstaltungen, hat einen riesigen Einfluss auf den langfristigen Erfolg jeder Network-Marketing-Organisation. Aber eine bestimmte Art von Veranstaltungen ist am wirksamsten, und das ist die „Ziel“-Veranstaltung. Es kann sich dabei um ein vom Unternehmen veranstaltetes Event handeln oder um eines, das deine Führungsmannschaft über dir gestaltet, doch eine „Ziel“-Veranstaltung ist immer eine, bei der alle Beteiligten in eine andere Stadt fahren, in einem Hotel übernachten und an einem Vortrag oder einer Versammlung teilnehmen.

Bei einer „Ziel“-Veranstaltung sieht man viele Leute, die die gleiche Entscheidung getroffen haben wie man selbst, und das tut gut. Auch sieht man, dass manche von ihnen ihre Ängste überwunden haben und in die höchsten Ränge des Unternehmens aufgestiegen sind. Und du fängst an zu überlegen: „Wenn die das geschafft haben, kann ich es (vielleicht) auch“.

Es gibt dabei auch einen positiven Kollegendruck. Die meisten Ziel-Veranstaltungen beinhalten Anerkennungs-Programme – wer hat den Wettbewerb gewonnen, wer ist in die nächste Reihe vorgerückt, wer hat am meisten verdient oder wer hat auf der Bühne gesprochen.

Wir leben alle in einer Welt voller Leute, die wenig Ahnung haben von Network-Marketing. Das kann mit der Zeit entmutigen. Kommen wir aber zu einem großen Ereignis, sind wir plötzlich umgeben von Leuten, die so denken wie WIR. Sie haben ähnliche Überzeugungen, Hoffnungen, Träume, Ziele und positive Einstellungen. Mit dieser erstaunlichen Gruppe von Leuten Zeit zu verbringen, kann uns im wahrsten Sinne des Wortes wieder aufladen, so dass wir kraft haben für den nächsten Anlauf. ☺

Sobald du verstanden hast, wie wichtig Ziel Events für den Erfolg deines Geschäfts sind, musst du lernen, wie man sie effektiv in deiner Organisation fördert. Es ist wirklich ganz einfach: Je mehr Leute aus deiner Gruppe dabei sind, desto mehr Geld verdienst du unserer Branche. Spitzenkräfte wissen genau, wie viele Leute mitmachen, und sie stellen sicher, dass diese Zahl bei jeder Veranstaltung steigt.



Der erste Schritt in der Entwicklung zur Förderung einer Kultur der Teilnahme an Ziel-Events ist, sich persönlich mehr als jeder andere zu engagieren, dabei zu sein und anderen zu helfen, die gleiche Entscheidung zu treffen. Das heißt, durchs eigene Beispiel zu führen und keine Ziel-Veranstaltung zu verpassen. Sobald du voll und ganz engagiert bist, ist der nächste Schritt, die Zahl der Leute deines Teams wachsen zu lassen, die zusammen mit dir dorthin gehen.

Alles Wertvolle braucht Zeit



Nach Gründung eines traditionellen Unternehmens erwartet man erst nach einigen Jahren Kostendeckung und vielleicht in den ersten fünf Jahren die Amortisation der ursprünglichen Investition. Wenn jemand aber im Network-Marketing-Geschäft beginnt, erwartet er, sein Geld im ersten Monat zurückzubekommen, im zweiten Profit zu machen und im dritten, reich zu werden. Und wenn das nicht geschieht, dann macht er Network-Marketing dafür verantwortlich!

Es scheint, dass die Leute die Gesetze der Geschäftswelt auf Network-Marketing nicht anwenden wollen. Wir HABEN einen besseren weg, aber wie verkaufen keine Wunderdinge.

Alles WERTVOLLE braucht Zeit, um sich zu entwickeln!!! ☺

Wichtig ist:

- Herauszufinden wie man lernt
- Erfolgreiches Verhalten nachzumachen
- Das Unternehmen und die Produkte zu „studieren“
- Bücher zu lesen, die einem weiter bringen!
- Videos anzusehen und im Internet AKTIV zu werden
- Auf Veranstaltungen zu gehen
- SICH NICHT ABLENKEN ZU LASSEN (von nichts und niemandem)
- Tu es!
- Die Leute zu Schulen und zu Lehren
- Trenne dich von den Menschen die dir nicht gut tun!



Es lohnt sich

Network-Marketing kann herausfordernd sein. Es ist eine emotionale Erfahrung. Das auf und Ab kann dramatisch sein. Aber am Ende lohnt es sich allemal aus so vielen Gründen.

- **Die Karriere, die du dir aufbaust**
Wenn du dich entscheidest, Network-Marketing-Profi zu werden, beschaffst du nicht nur Einkommen für dich, du baust eine Karriere auf. Durch einen hohen Grad an erlernten Fertigkeiten erreicht man ein recht hohes Einkommensniveau. 😊
- **Die Freiheit, die du genießt**
Du wachst auf, wenn du ausgeschlafen hast; Du arbeitest mit Leuten, mit denen du gern zusammen bist; Du musst nicht dauern Kompromisse machen; Du arbeitest, wenn dir nach Arbeit ist und spielst, wenn dir nach spielen ist; Du verbringst riesig viel Zeit mit Leuten, die dir wichtig sind; Du lebst ein großes Leben und verschwendest es nicht eingeeengt; ...
- **Die Leben, die du berührst**
- **Die Leute die du triffst**
- **Die Orte, die du siehst**
- **Die Angelegenheiten, zu denen du beigetragen kannst**
- **Die Persönlichkeit, die du in diesem Prozess wirst**

